

## NOTA DE PRENSA

# España se sitúa entre los países con mejor reputación internacional, según el ranking RepCore Nations 2022

- Ocupa la posición número 13 dentro del ranking RepCore Nations 2022, realizado por Reputation Lab, que analiza la reputación de las 60 principales economías del mundo según la perspectiva de la población del G7.
- Las principales fortalezas que presenta España son el estilo de vida, la oferta de ocio o la calidad de sus instituciones. Las mayores debilidades se centran en el reconocimiento internacional de marcas y empresas o avances tecnológicos.
- La reputación interna de España supera a la percepción internacional del país, aunque registra una notable asimetría entre los atributos que más valoración reciben dentro y fuera de nuestras fronteras.
- España recibe las mejores valoraciones de Alemania, Reino Unido, Bélgica o Suecia. Por el contrario, las peores llegan de China, Marruecos y Argelia.
- Canadá encabeza el ranking 2022, seguido de Suiza, Finlandia, Noruega y Suecia. Rusia ocupa la última posición junto con Irak, Irán y China.

**19 de julio de 2022.-** España ocupa el puesto número 13 del ranking RepCore Nations 2022, realizado por la consultora Reputation Lab y donde se analiza la reputación de las 60 principales economías del mundo a ojos de los ciudadanos del G7, el grupo de países más industrializados.

El modelo RepCore Nations introduce el indicador RepScore, que mide sentimientos de admiración, respeto y confianza hacia cada país. Este indicador se explica a través de 22 atributos racionales agrupados en cinco dimensiones: calidad de vida; calidad de sus instituciones; nivel de desarrollo; ética y responsabilidad y factor humano. La reputación de un país, medida de esta manera, impacta de manera cuantificable en la llegada de turistas, las exportaciones y la inversión extranjera directa.

En este sentido, y según la visión de los países del G7, las principales fortalezas que presenta España están relacionadas con su potencial turístico como el estilo de vida, la simpatía de su gente o la oferta de ocio, cultura y gastronomía. La percepción internacional también nos otorga buena puntuación en variables de ética y calidad institucional como la gestión eficiente de recursos públicos, gobiernos eficaces, transparencia y ausencia de corrupción

En el otro extremo, las mayores debilidades que se perciben de España se centran en atributos relacionados con el desarrollo económico y empresarial o los avances tecnológicos, especialmente en el reconocimiento internacional de marcas y empresas nacionales. También existen debilidades en la percepción de otras variables como la calidad del sistema educativo o un entorno propicio para los negocios.

Según el estudio, la reputación interna de España supera a la percepción internacional del país, aunque registra una notable asimetría entre los atributos que más valoración reciben dentro y fuera de nuestras fronteras. Así, los españoles son especialmente críticos con España en algunas variables que son fortalezas a ojos del observador internacional: uso eficiente de recursos públicos; ética, transparencia, ausencia de corrupción; gobierno e instituciones eficaces; líderes respetados; bienestar social.

Al mismo tiempo otorgan mejor valoración que los observadores internacionales en atributos como el entorno natural, el estilo de vida, la oferta de ocio, la calidad de productos y servicios o marcas y empresas conocidas. Este índice de reputación interna positivo convierte a los españoles en buenos embajadores de la Marca España, en especial en la recomendación de vivir en España o comprar productos nacionales.

España recibe las mejores valoraciones en los países de su entorno europeo, en especial de Alemania, seguida de Reino Unido, Bélgica, Francia o Suecia. Por el contrario, el país en el que España recibe peor valoración es China. Justo después se sitúan Marruecos y Argelia, lo que parece indicar que la relación migratoria, las recientes crisis y el cambio de posición del Gobierno en relación con el conflicto del Sáhara no han conseguido una buena percepción en ninguno de los dos países.

Según Fernando Prado, Socio de Reputation Lab y director del estudio "España goza de una buena reputación en el ámbito internacional, pero aún tiene aspectos que mejorar. En Reputation Lab creemos que trabajar la Marca País tiene importantes réditos: en primer lugar económicos, pues podemos demostrar empíricamente que un incremento en la reputación de una nación afecta a la llegada de turistas, la inversión extranjera directa y las exportaciones. Además, un país con buena reputación tiene una mayor influencia en la comunidad global de la que le conferiría su potencial económico y militar, lo que se conoce como *soft power*."

Según el ranking de RepCore Nations 2022, Canadá logra el primer puesto por un mayor atractivo emocional, mientras Suiza, Finlandia, Noruega y Suecia ocupan las cinco primeras posiciones. El "top 10" lo completan Nueva Zelanda, Australia, Dinamarca, Países Bajos e Irlanda. Rusia, como consecuencia de la guerra en Ucrania, hunde su reputación hasta el último puesto del ranking acompañada por Irak, Irán y China.

## Sobre el modelo RepCore Nations 2022

**RepCore Nations** es la adaptación a países del modelo **RepCore** creado para la medición de la reputación de empresas. Analiza la opinión que tienen los ciudadanos de los países del G7 acerca de las 60 principales economías del mundo. Los datos se han obtenido mediante encuestas online realizadas entre marzo y abril de 2022 a una muestra de 37.742 personas, 22.610 de ellas en el G7 (EE.UU., Canadá, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Japón), además de Rusia y China. El ranking se completa con 15.132 entrevistas en mercados de otros países.

El modelo RepCore Nations incluye el indicador global emocional RepScore, que se explica mediante 22 atributos racionales, entre los que destacan gestión eficiente de los recursos públicos, seguridad, gobierno e instituciones eficientes, oferta de ocio y cultura o la lucha contra el cambio climático. Estos 22 atributos se agrupan a su vez en cinco dimensiones que tienen un peso diferenciado a la hora de medir la reputación de un país: Ética y Responsabilidad es la dimensión que tiene mayor ponderación, con un 24%, le sigue Nivel de Desarrollo con un 22,9%, Calidad de Vida, 20,5%, Calidad Institucional, 20,3% y finalmente Factor Humano con un 12,4%

## Acerca de Reputation Lab

[Reputation Lab](#) es una firma especializada en el análisis de la reputación. Sus profesionales son pioneros en la medición de factores intangibles para cuantificar las percepciones, juicios y valores de los grupos de interés respecto a las empresas y las naciones. Reputation Lab apoya tanto a las organizaciones e instituciones para crear ventajas competitivas sostenibles a partir de la gestión integrada de dos de sus principales activos: marca y reputación.

## La reputación de los 60 países con mayor PIB en el G7



Escala normativa RepCore

Pobre	Débil	Moderada	Fuerte	Excelente
35 <	35 - 45 <	45 - 55 <	55 - 65 <	65 <

Para más información:

### MARLOW

David Robles

[david.robles@marlowinsight.com](mailto:david.robles@marlowinsight.com)

Teléfono: 659 247 681

Luis Rodríguez

[luis.rodriguez@marlowinsight.com](mailto:luis.rodriguez@marlowinsight.com)

Teléfono: 636094273